

人が集い、くらしに彩りと潤いがあふれ、「楽しい」があるまち

令和 7 年度 第 2 回 岡谷市商業活性化会議

令和 7 年度 事業報告について

令和 8 年 3 月

岡谷市役所産業振興部商業観光課

岡谷商工会議所

岡谷市商業連合会

岡谷 T M O

目次

01. 令和7年度事業報告

○岡谷市	1
・基本戦略1	2
・基本戦略2	8
・基本戦略3	10
○岡谷商工会議所	11
○岡谷TMO	19
○岡谷市商業連合会	31



岡谷市

Okaya City

① 商業等振興補助金 「中小小売店舗活性化事業補助金」

しおり
P6・11・12

・・・ ●基本戦略1－重点施策1 ○基本戦略1－重点施策2・3 ○基本戦略2－重点施策5

市内の空き店舗等を活用しお店を始める場合の改修費と賃借料の一部、また、既存店舗に係る改修費の一部を補助します。

	令和6年度	令和7年度 <2月末時点> (上半期実績)	令和8年度	令和9年度	令和10年度	計
新規改修	0件	4件(2件)	—	—	—	4件
新規改修(飲食)	2件	2件(1件)	—	—	—	4件
既存改修	2件	4件(2件)	—	—	—	6件
賃借料1年目	3件	10件(5件)	—	—	—	13件
賃借料2年目	6件	6件(6件)	—	—	—	12件
個店診断	0件	0件(0件)	—	—	—	0件
計	13件	26件(16件)	—	—	—	39件
新規創業件数	3件	10件(4件)	—	—	—	13件



諏訪湖テラス(小売)



DINING&CAFE Lemonglass(飲食店)

自己評価

令和7年度は2月末時点で10件の新規創業者に対する支援を行っており、商業活性化計画の目標達成に大きく寄与したものと考えているものの、依然として飲食店の増加件数は少ない。
引き続き、補助金制度の周知・PRを目指しSNSや広報おかや等を活用するほか、移住イベント等へ参加し、市内出店の強化へつなげて参りたい。

② 岡谷市中小企業融資制度

・・・ ●基本戦略1－重点施策1 ○基本戦略1－重点施策2・3

金融機関を通じて必要な事業資金を低利で受けられるよう融資をあっせんします。

しおり
P7・11・15

※すべて商業関係分のみ抽出		令和6年度	令和7年度 ＜2月末時点＞ (上半期実績)	令和8年度	令和9年度	令和10年度	計
おかやカーボンニュートラル促進対策資金	件数	0件	0件(0件)	—	—	—	0件
	金額	0円	0円(0円)	—	—	—	0円
開業資金	件数	4件	5件(3件)	—	—	—	9件
	金額	1,030万円	1,107万円(750万円)	—	—	—	2,137万円
経営安定資金	件数	1件	2件(2件)	—	—	—	3件
	金額	150万円	1,165万円(1,165万円)	—	—	—	1,315万円
原油価格・物価高騰等対策特別資金	件数	15件	8件(2件)	—	—	—	23件
	金額	2億450万円	5,250万円(750万円)	—	—	—	2億5,700万円
小規模企業資金	件数	31件	44件(27件)	—	—	—	75件
	金額	8,215万円	9,109万円(5,040万円)	—	—	—	1億7,324万円
振興資金	件数	1件	0件(0件)	—	—	—	1件
	金額	174万円	0円(0円)	—	—	—	174万円



自己
評価

低利率・保証料全額補助といった有利な融資であるため、商業関係事業者の経営支援となったと考えている。今後も引き続き、物価高騰、人件費の上昇など、社会経済情勢等に見合った支援ができるよう、メニューの更新も視野に入れながら取り組んで参りたい。

③ 創業スクール

●基本戦略1－重点施策2 ○基本戦略1－重点施策1

しおり
P 2

「創業スクール」を、岡谷市、諏訪市、茅野市、下諏訪町及び各市町村の商工会議所が連携して年1回実施しています。「創業スクール」を受講し、証明書の交付を受けた方は広告宣伝支援・設備等購入に係る補助金が受けられます。

	令和6年度	令和7年度 <9月末で確定>	令和8年度	令和9年度	令和10年度	計
申込者数	27名	38名	—	—	—	65名
(うち岡谷市からの方)	5名	9名	—	—	—	14名



カリキュラム			
日程	午前	午後	17:00~18:00
1 7/5 ± 10時~17時	【オリエンテーション】 ・創業塾の流れ 【自己紹介】 ・印象交換 ・自己のコミュニケーションの特徴を考える	【自身の棚卸し】 ・なぜ創業をするのか ・自己が持つ経営資源(強み・弱み・人脈・資金) 【アイデアをまとめる】 ・発想方法の学習 ・事業コンセプトの作成	個別相談
2 7/12 ± 10時~17時	【ビジョンと目標を考える】 講義・ビジョンの表現 ・他社のビジョン例 実習「私のビジョン」	【事業計画の作成目的】 講義・事業計画はなぜ必要か 実習・事業概要の仮設定 ・創業の動機を語る ・ビジョン・目標 ミニプレゼンテーション	
3 7/19 ± 10時~17時	【商品・サービスを考える】「顧客の研究」 ・自社の商品と顧客を起点とした価値 ・誰に何を販売するのか ・顧客が自社の商品を購入する理由を考える ・市場調査の方法	【事業内容について考える】 実習・事業コンセプト ・現状分析など	
4 7/26 ± 10時~17時	【販売計画と仕入計画】 ・販売計画を考える ・仕入計画を考える	【資金計画】 実習・設備資金を洗い出す ・運転資金の把握 ・資金調達方法 【損益計画について考える】 実習・損益計算表の作成 ・損益分岐点売上高の理解	
5 8/9 ± 10時~17時	【事業基盤の確立と人的資源】 ・財務諸表の理解と活用 ・資金繰り表の作り方 ・CVP分析による時期予測 ・店舗、設備計画 ・実施体制と人員計画	【創業手続き】 講義・創業の形態 ・創業・設立手続 ・許認可が必要な業種 ・その他経営に必要な法的手続	
6 8/23 ± 10時~17時	【スクールまとめ：最終発表と今後の事業展望】【まとめ講義】 ・事業計画書の最終確認とプレゼンテーションを行い、参加者等よりフィードバックを受け、さらに良い計画に修正する。 ・なぜ、あなたはこの商売を始めますか？(始めていますか？)		

自己評価

スクールの受講者からは毎年、「同時期にスクールを受講した開業者同士の”横のつながり”が大変ありがたい」との声をいただいている。人と人のつながりが希薄になりやすい現代において、店舗同士が協力し合う関係性はとても重要なものであることから、今後も引き続き、質の良いスクール開催を心がけて参りたい。

④ 空き店舗情報発信強化事業

・・・ ●基本戦略 1 - 重点施策 3 ○基本戦略 1 - 重点施策 1

空き店舗の活用と新規創業を促進するため、不動産業者、商工会議所と連携を深める中で、空き店舗に関する情報を積極的に発信するとともに、新規創業希望者と空き店舗のマッチングを推進しています。

しおり
P 4

	令和 6 年度	令和 7 年度 < 2 月末時点 > (上半期実績)	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 1 0 年度	計
問い合わせ件数	4 件	1 0 件 (7 件)	—	—	—	1 4 件
成約実績	2 件	2 件 (0 件)	—	—	—	4 件



自己評価 令和 6 年度に比べ、空き店舗に関する問い合わせは増加傾向にある。新規創業、店舗移転等の好機であると考えているものの、事務局で把握している物件がほとんどないのが現状である。
これまで以上に情報把握に注力し、空き物件と利用希望者とのマッチングを強化していきたい。

⑤ テクノプラザおかやコワーキングスペース

・・・●基本戦略1－重点施策2

安価な料金で長時間利用可能であり、リモートワーカーやフリーランスの方以外にも、市内で創業を希望する方、創業間もない方の事務スペースとして活用されています。

	令和6年度	令和7年度 <2月末時点> (上半期実績)	令和8年度	令和9年度	令和10年度	計
岡谷市内	128名	156名(65名)	—	—	—	193名
諏訪地域内	75名	53名(28名)	—	—	—	103名
長野県内	142名	141名(67名)	—	—	—	209名
長野県外	251名	427名(257名)	—	—	—	508名
シェアオフィス入居者	4名	14名(0名)	—	—	—	4名
その他(団体利用)	410名	360名(360名)	—	—	—	770名
合計	1,010名	1,151名(777名)	—	—	—	1,787名



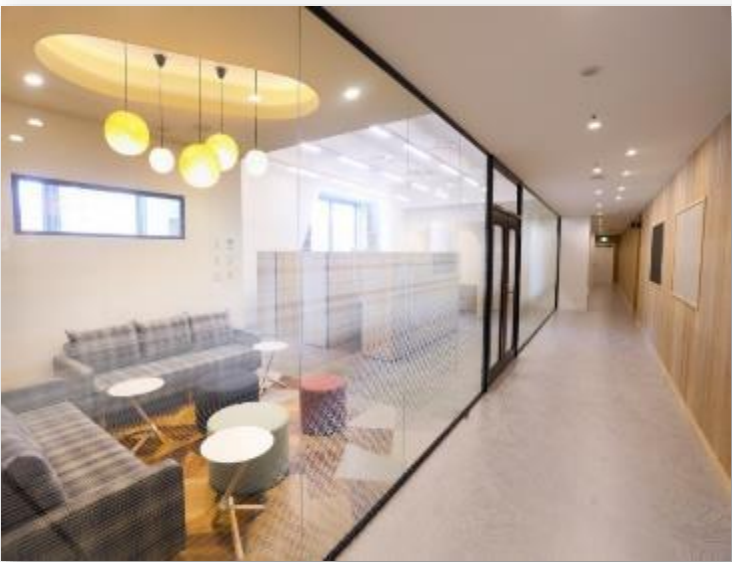
○令和7年度2月末 利用目的内訳(複数回答あり)



⑥ おかやシェアオフィス

・・・●基本戦略1－重点施策2

しおり
P5



近年の多様な働き方に対応し、首都圏等に拠点を置く企業のサテライトオフィスとして、若者の地方回帰の受け皿となるべく、創業支援を充実させ、新たに事業を始めるスタートアップの場所として、利用促進に関する事業などを通じ、企業誘致や関係人口の創出を推進します。

新規入居者	令和6年度	令和7年度 <2月末時点> (上半期実績)	令和8年度	令和9年度	令和10年度	計
個別ブースA (6ブース)	2者	4者(1者)	—	—	—	6者(3者)
個別ブースB (4ブース)	0者	2者(2者)	—	—	—	2者(2者)
オフィス	4者	1者(0者)	—	—	—	5者(4者)
合計	6者	7者(3者)	—	—	—	13者(9者)

R7年度2月末時点の 利用状況
5者 / 6ブース
2者 / 4ブース
3者 / 3室

自己評価

安価で利用しやすく、コロナ禍以降の新たな働き方を推進し、岡谷市内での事業拡大支援の拠点となっている。
また、令和7年度は創業に向けた施設利用者も多く見られたことから、この機運を逃さないよう、その他の市の施策や関係団体等と連携した支援を実施して参りたい。

⑦ インスタグラムを活用した商店魅力発信事業

・・・ ●基本戦略2－重点施策6 ○基本戦略1－重点施策1 ○基本戦略2－重点施策5・7

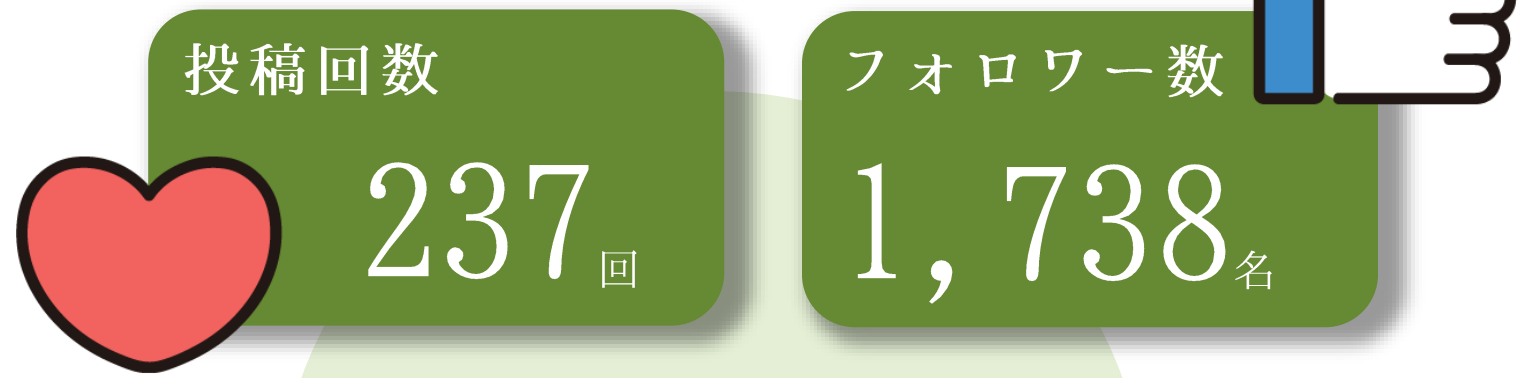
令和2年8月1日からアカウント「enjoy_okaya」を開設し、市内店舗等の知名度向上と誘客促進につなげることを目的に、インスタグラムを活用した市内店舗情報（店舗外観や商品・サービス内容）の発信を行っています。



	令和6年度	令和7年度 <2月末時点> (上半期実績)	令和8年度	令和9年度	令和10年度	計
投稿回数	40回	39回(19回)	—	—	—	79回
増加フォロワー数	+220人	+168人(+93人)	—	—	—	+388人

○令和7年度 2月末時点の総計

市内商業者の皆さまからの掲載希望を募集しています！



自己評価 フォロワー数は順調に増加しており、情報発信媒体としての影響力も少しずつ強くなってきているものと考えている。やはり見栄えの良い写真を使った投稿には多くの「いいね！」がついていることから、令和7年度からは市内商業者から掲載希望を募るなど、より魅力的で、“目を惹く”情報発信を増やせるよう努力している。

⑧ 岡谷シルク商品開発促進事業

・・・●基本戦略2－重点施策7

岡谷シルクの認定商品の開発及び製作に係る経費の一部を補助し、商品数を増やすことにより、来訪者へシルクの魅力を知っていただくきっかけとするとともに、シルク関連の観光土産品としての販売も目指しています。

	令和6年度	令和7年度 ＜2月末時点＞ (上半期実績)	令和8年度	令和9年度	令和10年度	計
登録件数	+24件	+7件(+7件)	—	—	—	+31件



総登録件数
(R8.2月末時点)

92件

⑨ 若者・よそ者視点から岡谷の魅力を再発見学生フィールドワーク事業

・・・●基本戦略2－重点施策7

地域資源の魅力の深掘りを行うため、蚕糸博物館を中心とした観光資源、地域ブランドの研究、開発などを実施する大学生等のフィールドワークを交通費及び宿泊費補助により支援し、地域ブランディングに繋がっていきます。

	令和6年度	令和7年度 ＜2月末時点＞ (上半期実績)	令和8年度	令和9年度	令和10年度	計
申請件数		2件(2件)	—	—	—	2件



成果発表会
「惹きつけられる”まち”と夢」

<R7.11.30>

今年度、本事業を利用した明治学院大学の学生による成果発表会が行われました。

自己評価

岡谷シルクの認定商品は順調に増えており、岡谷市の観光土産品としてのラインナップも豊富となってきている。引き続き、補助金の利用を促進するとともに、新たなブランドの開発等に向けたフィールドワークを支援することにより、さらなる商品増加に努めたい。

⑩ 岡谷TMO商業活性化事業補助金

⑪ 【TMO】 商業活性化補助金の交付



・・・ ●基本戦略3－重点施策8 ○基本戦略3－重点施策9

市内の商業振興を図ることを目的とし、市内の商業会等で実施するイベント等に対し交付する補助金です。（事業主体：岡谷TMO、原資：岡谷市）

	令和6年度		令和7年度		令和8年度		令和9年度		令和10年度		計	
	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額	件数	金額
販売促進（連携）	2件	680千円	1件	340千円	—	—	—	—	—	—	3件	1,020千円
販売促進（単独）	17件	3,936千円	10件	2,107千円	—	—	—	—	—	—	25件	5,632千円
施設整備	1件	74千円	0件	0千円	—	—	—	—	—	—	1件	74千円
セミナー・研究	0件	0千円	0件	0千円	—	—	—	—	—	—	0件	0千円
環境整備の調査研究	0件	0千円	0件	0千円	—	—	—	—	—	—	0件	0千円
情報収集	1件	86千円	2件	143千円	—	—	—	—	—	—	2件	139千円
装飾（連携）	0件	0千円	0件	0千円	—	—	—	—	—	—	0件	0千円
装飾（単独）	1件	87千円	1件	114千円	—	—	—	—	—	—	1件	87千円
知名度向上	0件	0千円	0件	0千円	—	—	—	—	—	—	0件	0千円
本部長の認めた事業	1件	660千円	0件	0千円	—	—	—	—	—	—	1件	660千円
合計	23件	5,523千円	14件	2,704千円	—	—	—	—	—	—	33件	7,612千円

○主な交付実績

- 【販売促進活動事業】
 - ・イルフプラザ店舗会(イルフプラザ誕生祭 ほか)、ALOHAOKAYA実行委員 (ALOHAOKAYA2025)
- 【情報収集事業】
 - ・イルフプラザ店舗会(東京ギフトショー2025視察)



自己評価

各商業会においては商業環境の変化などにより、販売促進活動や地域イベントの継続実施が困難な状況であるが、本補助金の交付により商業会活動の下支えを行い、商業活性化を推進していく。



岡谷商工会議所

Okaya Chamber of Commerce and Industry

⑫ Okaya Pay事業の推進

●基本戦略1－重点施策1

地域電子マネーとポイントによる地域内での経済循環サイクルを構築して、商業振興の取り組みを実施しました。

		令和6年度	令和7年度 (2月20日時点)	令和8年度	令和9年度	令和10年度	計
電子マネー	発行額	8,188万円	6,729万円	—	—	—	1億4,917万円
	利用額	8,667万円	6,865万円	—	—	—	1億5,532万円
ポイント	発行額	841万Pt	554万Pt	—	—	—	1,395万Pt
	利用額	909万Pt	410万Pt	—	—	—	1,319万Pt
発行カード枚数		850枚	414枚	—	—	—	1,264枚

導入店舗
(R8.2.20時点)
80店舗

R2年度からの累計
4億6,101万円
4億4,970万円
9,611万Pt
7,446万Pt
25,596枚

⑬ 【岡谷市】オカヤペイ普及拡大事業

しおり
P31

岡谷市では、様々な行政ポイントをオカヤペイに付与し、オカヤペイの普及拡大を推進しています。

健康

- ・各種検診受信者
- ・人間ドック受診者
- ・健康講演会参加者
- ・禁煙外来受診者
- ・介護サービス関係 ほか

子育て

- ・パパママ教室参加者
- ・離乳食教室参加者
- ・こどものくに来館者

環境

- ・こどもエコクラブ参加者
- ・環境イベント参加者

その他

- ・シルキーバス回数券購入者
- ・広報クイズ賞品



◆利用促進に向けた取り組み

①各種キャンペーンの実施

・年末年始感謝キャンペーン

令和7年11月～令和8年1月の毎月10日、20日、30日、電子マネーでの支払い額の10%をポイントとして付与

＜実績＞ 期間中電子マネー利用総額：19,348,625円
付与ポイント数：1,713,441 Pt

・新アプリ切替キャンペーン

利用者向けアプリの刷新に伴い、アプリ切替の推進と利用頻度を高めることを目指してポイント付与を企画。

＜実績＞ アプリ登録者数 約450名(3月上旬現在)

②取扱店拡充

端末機(iPad)1台分の補助金、レシートプリンター・タブレット端末の無償貸出により、導入費が実質0円になる支援を継続実施。

②情報発信

シルキーバスへのバナー掲出、岡谷市民新聞紙面での定期掲載広告を行う他、地域ポータルサイト「トコトコ諏訪」内の特設コーナーにて、月1回取扱店やキャンペーンを紹介する特集記事を掲載。



各種キャンペーンポスター



トコトコ諏訪OkayaPay特設コーナー

◆広域連携の推進

OkayaPay基幹システムを活用した広域連携の推進を図り、観光客など来訪者が地域商店に来店いただける体制の構築を目指すとともに、将来的に諏訪地域広域で利用可能な地域通貨へと発展できるよう、関係団体等に対する事業紹介や連携方法の検討を実施。

<打合せ等実施概要>

茅野商工会議所商業委員会（10/16(木)）、TOPPANデジタル(株)地域Payユーザー会(広域展開事例発表)（10/24(金)）

◆その他

①視察、セミナー講師等による事例紹介

地域デジタル通貨のニーズが高まる中、全国でも導入が早かったOkaya Pay事業の視察や講師派遣等の依頼があり、先進事例として注目されています。運営に必要な費用を補助金や負担金に頼らない自走できる体制や利用者の状況に合わせたサービス提供、資金決済法に対応した法令遵守を前提とした仕組みなどを他地域より評価いただいています。尚、視察受入の際には実際にOkayaPayを利用いただくよう紹介することで、視察受け入れによる取扱店への波及効果を生む工夫も実施しています。

・令和7年度後期 視察等実績 2件（R2：7件、R3：6件、R4：13件、R5：9件、R6：10件、R7：7件）

諏訪二葉高校学生（情報提供）、茅野商工会議所（講師）

自己 評価

キャンペーンの実施内容により、電子マネー・ポイントの発行額・利用額に差はあるものの、取扱店でのポイント発行数から試算する経済効果としては、年間1億円を超えている。引き続き、取り組みは推進していくが、全国的にデジタル地域通貨の取り組みは増えている中、商業振興だけにとらわれない活用をする自治体も増えており、OkayaPayも次の展開を検討していきたい。

⑭ 地域資源活用推進事業

・・・ ●基本戦略1－重点施策1 ○基本戦略2－重点施策5

1. 岡谷シルクブランド事業

岡谷市役所ブランド推進室と連携を図り、シルク製品のブランディングや販路開拓などの、地域団体商標の登録を目指して取り組みを実施しました。

① 岡谷シルク認証審査ワーキンググループ

岡谷シルクブランド認証基準に基づく審査を実施するワーキンググループの座長及び委員を当所職員が務め、審査を実施。令和7年度後期で2件の商品・サービスを認証しました。

② 物販イベントへの出展

商品の販路開拓に向けた物販イベント等に出展。

商品の販売に併せて岡谷市の紹介もすることで、来訪する観光客等を増やす取り組みも併せて実施しました。

・ 1月17日(土)、18日(日) HandMade In JapanFes冬2026 (東京ビッグサイト)



HandMade In JapanFes冬2026

自己
評価

審査で認証された商品を中心に域外での販売・PRする取り組みを積極的に展開。市外で購入する機会を作ることで売上増を図るとともに、地域をPRすることで、岡谷市を来訪される方を増やし、地域内での販売促進につなげることができた。

⑮ 創業支援及び新事業創出等支援事業

・・・ ●基本戦略1－重点施策2

創業を希望する方を対象に個別及び集団での支援を実施。令和7年前期の支援状況は以下の通り。

1. 継続個別相談支援事業（諏訪地域広域専門指導員による全4回の個別創業支援）

6件

2. 創業者向け補助金申請や融資申込みに向けた事業計画書作成支援

14件

3. 諏訪地域創業スクール

7月5日(土)～8月23日(土)のうち6日間

参加申込者数：38名

4. その他

創業を希望する方に対して、随時、窓口にて支援を実施



自己
評価

創業希望者に対し、経営一般、補助金制度、制度資金各種支援策を紹介するとともに創業計画の策定をきめ細やかに支援した。創業後間もない事業者に対し、日々の業務相談から経理、税務支援を行った。継続して支援を行っていく。

⑩ 移住・定住促進支援事業

・・・●基本戦略1－重点施策4

岡谷市役所ブランド推進室を始め、岡谷市役所内の関係課と当所が事務局を務める岡谷市ブランドプロモーション協議会にて、移住・定住促進に向けた事業を実施。協議会は市内の商業者を始めとした民間事業者の方々が委員を務め、事業者の視点で事業の検討を行うことで、行政・経済団体では取り組むことができないようなことを実施できる体制となっています。

<主な取り組み状況>

- ・移住者住民交流スナックイベント：11/4(火)、12/11(木)開催

市内の飲食店(スナック)を会場として実施。参加者の交流促進を目的とするが、会場となる飲食店を知ってもらい、次の来店につながることを目指した取り組み。

- ・出張！信州OKAYA食堂：11/29(土)開催

東京都世田谷区にある商業施設「bonustrack」にて、うなぎ飯やうなぎ串焼き、日本酒などの提供と、味噌仕込み体験WSなどを実施。岡谷市を知らない方の参加もあり、シティプロモーションとして大きな成果があった。



出張！信州OKAYA食堂

自己 評価

同協議会は民間事業者が委員となって企画・運営している団体であるため、柔軟な考え方や意思決定までの速さを活かした新たな活動が生まれている。こういった動きを支援することで、岡谷のまちの良さを地域内外に伝え、まちの賑わい創出につなげていきたい。

⑰ プロスポーツチーム連携による地域振興の推進

・・・●基本戦略2－重点施策7

長野県内を拠点として活動するプロスポーツチームは、地域に根差した活動をしており、また競技によっては会員事業所に社員として所属する選手もいます。そのため、各スポーツチームと連携を図り、地域振興に向けた取り組みを実施。

1. 松本山雅FCとの連携

山雅後援会岡谷支部やNPO法人維新塾と共同でイベント等を実施。ファン、サポーターが参加する形式で実施しました。

・ 2026松本山雅FC緑化大作戦

(公式戦PRポスター配布)

(3月1日(日)中央通り・イルフプラザ周辺)

・ 公式戦アウェイ観戦イベント

(10月19日(日)、カネイチビル1階)

・ サポーターミーティング

(11/30(日)カネイチビル1階)



2026松本山雅FC緑化大作戦

自己
評価

プロスポーツは固定のファン・サポーターがいることから、スポーツというコンテンツを活用することがまちの賑わい創出につながる。イベントを通じて、地元商店の利用促進の効果もあるが、ファン・サポーター団体が地元住民で組織されているプロスポーツに限りがあることが課題。



岡谷 TMO

Okaya TMO

⑱ 中心市街地の情報把握と活用

・・・●基本戦略1－重点施策2 ○基本戦略1－重点施策3

(1) 空き家見学会・まちあるき

中心市街地に存在する空き家・空き店舗等の情報把握を行い、その活用として空き家見学会・まちあるきを実施。

空き家等の物件紹介に加え、まちの歴史や魅力の発信、新規出店事例の紹介も交えるなど、まずは岡谷というまちを知ってもらうことを重視して開催しています。

また、令和4年度からの継続開催による認知度向上や、Facebook広告の活用、辰野町の空き家見学会と連日開催となるように開催日時を調整するなど、情報発信にも工夫することで、様々な属性の人に参加いただいています。

5月より隔月にて見学会を開催しており、本年度で6回（累計32回）開催しています。

1. 空き家見学会開催回数：6回
2. 空き家見学会参加者数：16名（5月/0名、7月/4名、9月/6名、11月/4名、1月/荒天中止、3月/2名）
※令和6年度参加者数：21名（5月/3名、7月/9名、9月/1名、11月/6名、1月/2名、3月/荒天中止）
3. 空き家利用実績：7件（平成30年度からの累計）※令和6年度からの利用実績：1件



自己
評価

東京や名古屋など市外在住者を中心にコンスタントに参加していただいている。
「移住希望」で参加される人が多いため、岡谷の歴史や魅力を知ってもらうことを狙ったまちあるきが効果を示している。

(1)中小機構 中心市街地・商店街等診断・サポート事業

令和6年度に引き続き、中小機構のサポート事業を活用し、専門家から意見等をいただきながら、まちづくり会社設立をはじめとする、地域の持続的発展のための仕組みの構築を進めました。

上半期では、まちづくり会社設立に向け、専門家と共に現状の整理や事業計画の策定を行い、令和7年8月にまちづくり会社「株式会社OPEN OKAYA」を設立しました。

下半期では、賑わい拠点(カネイチビル)の立上げに向けたセミナーの開催に加え、住民参加によるカネイチビル1階の活用方法を検討する組織として「カネイチビル1F構想図ワーキンググループ」を立ち上げました。メンバーで意見を出し合い、活用イメージを取りまとめ、最終的には専門家により構想図・イラストを作成しました。

第1回支援：令和7年5月19日（まちづくり会社設立に向けた現況の共有と整理）

第2回支援：令和7年6月16日（まちづくり会社の骨格・体制・事業展開について）

第3回支援：令和7年7月14日（まちづくり会社事業計画のブラッシュアップ）

第4回支援：令和7年7月28日（まちづくり会社事業計画のブラッシュアップ）

第5回支援：令和7年8月29日（賑わい拠点構想検討・ワークショップ企画）

第6回支援：令和7年11月1日（カネイチビル近未来妄想図づくりワークショップ）

第7回支援：令和7年11月17日（賑わい拠点事業の推進・都市再生推進法人について）

第8回支援：令和8年3月9日（令和7年度支援まとめ・令和8年度事業について）



(2)セミナー等の開催

①まちあるきトークイベント 【講師：田中 潤介氏（NPO法人長崎コンプラドール事務局長）】

おかやるくのモデルとしている「長崎さるく」の立上げから関わり、現在もガイドとして活躍している田中氏を講師に、シビックプライド醸成など、まちあるきがまちにもたらす効果についてのセミナーを開催。まちの魅力を再発見する手法やまちづくりの手法について考える機会となりました。

【開催日：令和7年7月12日（土） 参加者数：15名】



②第3回これからの岡谷市の中心市街地を考えるセミナー 【講師：宋 俊煥氏（山口大学教授）】

令和6年度より実施している、岡谷市におけるまちづくりの機運醸成を目的としたセミナーの第3回を開催。今回のセミナーでは山口大学の宋教授を講師に迎え、エリアマネジメントやウォーカブルといった仕組みや手法について講演いただきました。

エリアマネジメントにおいては、地域住民/行政/事業者などが協働してエリア全体を計画的に運営・改善していくことが重要とし、ウォーカブルにおいては「つかう視点」と「つくる体制」を大切にすることなどが説明されました。

【開催日：令和7年9月22日（月） 参加者数：20名】



③第4回これからの岡谷市の中心市街地を考えるセミナー【講師：君島 登茂樹氏（合同会社U.I.international）】

岡谷市におけるまちづくりの機運醸成を目的としたセミナーの第4回を開催。今回のセミナーでは、須坂市を中心に空き家活用やプロデュースの活動を行う、合同会社U.I.internationalの君島氏を講師に迎え、賑わい創出拠点の事例紹介と、参加者によるカネイチビル活用に向けたワークショップを開催しました。ワークショップでは「多世代の交流が生まれる場所」「地域が緩やかに繋がる場所」「一つの目的で集まれる場所」「挑戦を応援する場所」など様々な意見が参加者からあげられました。

【開催日：令和7年11月1日（土） 参加者数：21名】



④都市再生推進法人勉強会【講師：山中 佑太氏（一般社団法人エリアマネジメントラボ）】

都市再生推進法人の制度について理解を深めるため、株式会社OPENOKAYAと岡谷市関係課（企画課/商業観光課/まちづくり整備課/都市計画課）を対象に勉強会を開催しました。講師には実際に広島市にて制度を活用してまちづくりを実践している、一般社団法人エリアマネジメントラボの山中氏を迎え、岡谷市の現状や今後について意見交換を行いました。

【開催日：令和8年1月15日（木） 参加者数：8名】



⑤第2回岡谷まちなか会議

令和7年度における中小機構サポート事業での成果発表やまちづくりに向けた機運醸成を目的に「第2回岡谷まちなか会議」を開催しました。主に①まちづくり会社設立の経緯および今後の方向性説明/②カネイチビル1F構想図の発表/③拠点整備実践者を交えたトークセッション/④会場参加者によるグループワーク(関わり方・期待の共有)/⑤岡谷市まちづくり整備課による将来ビジョン進捗説明の5項目で構成。カネイチビル1F構想図ワーキンググループメンバー、市役所職員、市議会議員、NPO法人維新塾、小商い関係者など事務局や関係者も含め全体で41名の参加となりました。カネイチビル1F構想図について参加者の共感が高く、自身の関わり方についても積極的に関わりたい人が多く見受けられ、イベント企画、出店・事業連携、情報発信協力など具体的な関与の意向が示されました。

【開催日：令和8年2月17日（火） 参加者数：41名】



(3)小商いやッテミレバ！キャンプとの連携

女性向けの小さな仕事づくりのための連続講座であり、全6回のカリキュラムを通して、女性が好きなことから小さな仕事を創り、消費者から生産者・表現者に変化することで、楽しく主体的に地域に関わることを目的とした事業。主催は小商いやッテミレバ！キャンプ実行委員会であり、岡谷TMOはスポンサーとして連携しました。岡谷を会場に体験会やカリキュラムの一部を実施することで岡谷在住の人の巻き込みや受講者との繋がることができました。



体験会① 令和7年7月26日（土）「無料体験ワークショップ①（辰野会場）」

体験会② 令和7年8月2日（土）「無料体験ワークショップ②（岡谷会場）」 ※参加者数：6名

第1回講座 令和7年8月23日（土）「夢を語ってミレバ！」（自分の夢を形にするドリームマップの作成）

第2回講座 令和7年9月6日（土）「アイデアを生み出してミレバ！」（受講者によるグループセッション）

第3回講座 令和7年10月4日（土）「小商いやッテミレバ！」（小商いやッテモデルの作成、意見交換） ※参加者数：9名

第4回講座 令和7年10月25日（土）「みんなにプレゼンしてミレバ！」（地域住民や講座卒業生への発表）

第5回講座 令和7年11月15日（土）「お客さんに伝えてミレバ！」（チラシやディスプレイの作成、情報発信）

第6回講座 令和7年12月13日（土）「地域で出店してミレバ！」（イベントへの出店）

自己
評価

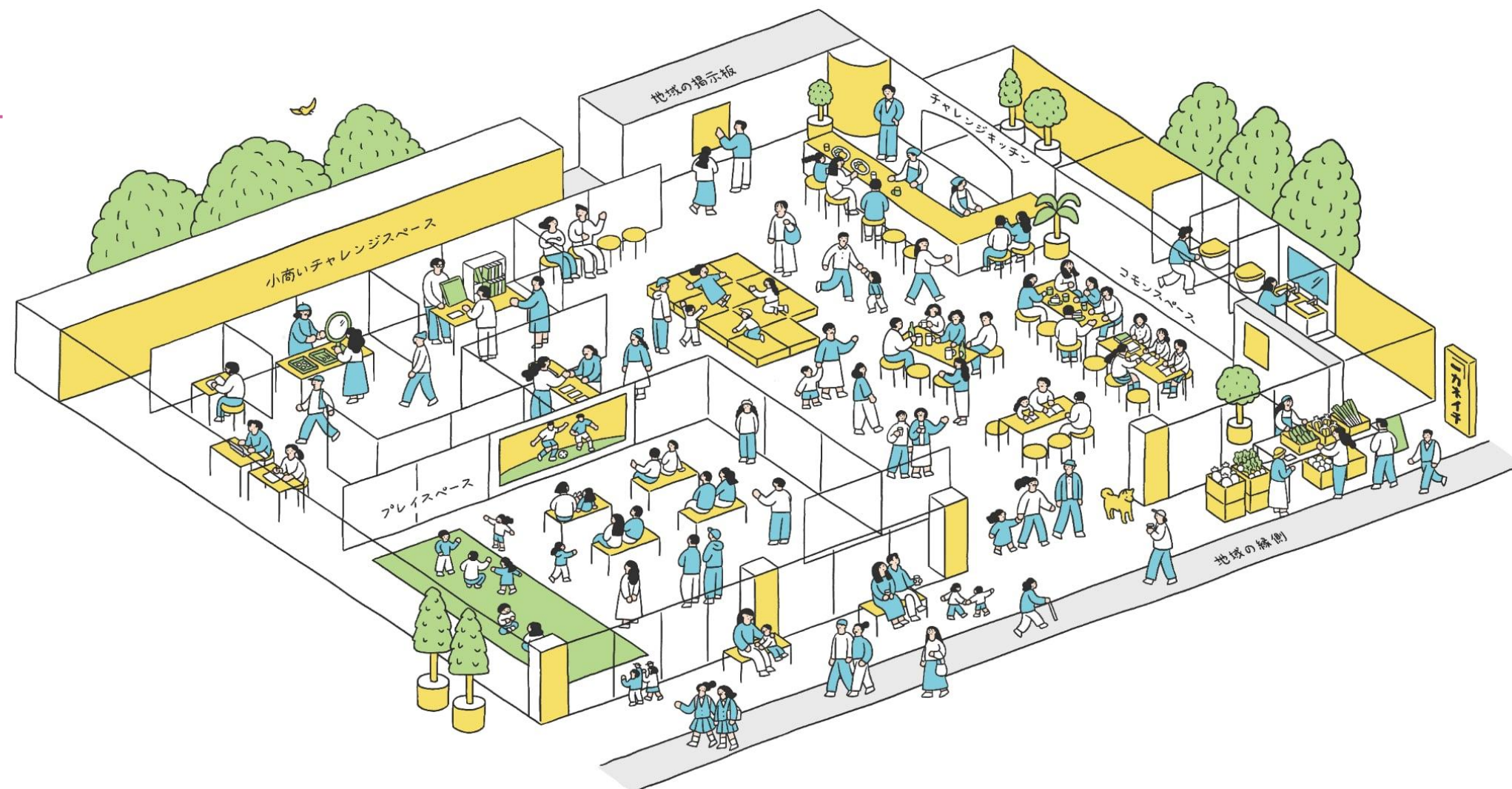
まちづくり会社の設立により地域の持続的発展の中核を担う組織が誕生し、収益事業を行い街に再投資する好循環を生み出す仕組みの基礎が構築された。また、各種セミナーや小商いやッテ事業との連携により、地域のプレイヤーとなる人材の発掘や育成も行うことができた。

○賑わい拠点の立ち上げ

・・・●基本戦略1－重点施策2・重点施策3

(1)カネイチビル1F構想図ワーキンググループ

カネイチビル1階においては「中心市街地の真ん中にある立地の良さ」「イベントや各種事業にて活用できる広さ」などの観点から拠点の候補地として選定。人の流れを生み、様々な世代がまちに関わるきっかけをつくるための拠点とするため、ワーキンググループを立ち上げ、約20名のメンバーとともに構想図・イラストを作成しました。



令和7年12月2日：説明会（現在までの活動やカネイチビル選定の経過説明/ワーキンググループの内容について）

令和7年12月17日：第1回ワーキンググループ（メンバー自己紹介/カネイチビルの歴史/構想図の作成について）

令和8年1月15日：第2回ワーキンググループ（メンバーによるグループワーク※カネイチビル1階の使い方や役割の検討）

令和8年2月6日：第3回ワーキンググループ（構想図の現状確認/個人ワーク※構想図に対して吹き出しを追加）

令和8年2月17日：第2回岡谷まちなか会議（構想図の発表）

自己評価

ワーキンググループを組織し、賑わい拠点の構想図・イラストを作成することで、地域のプレイヤー候補の発掘・育成を行いながら、拠点構想を具体化することができた。この取組みにより構想フェーズから実行フェーズへと着実に進めることができた。

②⑩ 道路・公園等の公共空間の有効活用

・・・●基本戦略1－重点施策1

○基本戦略2－重点施策5

(1)プレイスビジョンワークショップ（岡谷市まちづくり整備課連携）

岡谷市まちづくり整備課が主催する、岡谷駅周辺地域の公共空間を使い倒すための活用コンセプトや取組アイデアをまとめ、エリアごとのビジョンを作るワークショップについて、岡谷TMOも共催の形で参加しました。

10代から70代までの参加者24名が5つのグループに分かれ、①ララオカヤ及び駅北口/②童画館通り/③中央通り/④蚕糸公園/⑤市役所前広場の5か所を対象に、まち歩きやエリアの評価・課題の抽出、魅力の再発見などを行い、各エリアのプレイスプランの作成しました。

【開催概要】

- | | |
|---------------|---------------------------------------|
| 令和7年6月21日：第1回 | 「まちなかを歩いて話そう」（5か所の公共空間ごとに班に分かれて空間を評価） |
| 令和7年7月12日：第2回 | 「取り組みを考えよう」（具体的な取組案（短期・長期）を検討） |
| 令和7年8月23日：第3回 | 「場所毎の方向性を考えよう」（それぞれの場所の軸となる方向性を検討） |
| 令和7年9月13日：第4回 | 「アイデアを深めよう」（前回の結果を踏まえて方向性をさらに深掘りする） |
| 令和8年1月31日：第5回 | 「今後の取組を考えよう」（実現に向けた体制、アクションを意見交換） |



(2)童画館通りクリスマスイベント連携 【開催日：令和7年12月6日（土）】

童画館通り商業会が㈱OPENOKAYAによる企画運営支援のもとで実施したイベントであり、岡谷TMOとしては「プレイスビジョンワークショップ」にて童画館通りを対象地と設定していることから、今回のイベントと連携を行い、屋外空間有効活用事業として空間づくりを実施。イベント当日は天候に恵まれ、多くの親子連れが来場し、商店街周遊イベントやキッチンカーなどで楽しんでいたほか、つくりあげた空間にてくつろぐ様子も伺えました。



(3)おかやミニキッチンカーフェス連携 【開催日：令和7年12月12日～14日、12月19日～21日※いずれも金土日】

上記同様に「プレイスビジョンワークショップ」にて市役所前広場を対象地と設定されていることから、その活用の実証事業として㈱OPENOKAYAと連携して実施。市役所前広場を身近なものに感じてもらうため、キッチンカーを手配し、飲食用の大型テントや什器を設置。夜間の開催やアルコール類の提供など、今までのキッチンカーフェスとは異なるアプローチを行い、多くの来場者が見受けられた。



自己評価

今年度の事業においては、岡谷市にて策定を進める「プレイスビジョン」に携わることができ、岡谷TMO単独ではなく行政と連携した事業展開を行うことができた。次年度以降においても岡谷市の掲げるビジョンや計画と連動した動きを推進していきたい。

(1) 第73回岡谷きつね祭 【開催日：令和7年7月26日（土）来場者数：約1,500人】

昨年度に引き続き、童画館通り商業会、イルフプラザ店舗会、いとまち商業会での「子供向け縁日」を実施したほか、きつね祭の歴史で謳われている「縁結び」「恋愛成就」をテーマとした「木札・恋みくじガチャによる稲荷社の回遊企画」や、AOHS(岡谷高校生まちづくり会議)による「フェイスペイント」などを行いました。そのほか、つかくん・ふくちゃんの顔出しパネルやTシャツの販売など、きつねキャラクターの認知度向上を目的とした企画も実施し、当日は多くの子どもや親子連れで賑わいをみせました。

また、レイクウオーク岡谷も店舗内に特設コーナーを設置いただいたほか、お祭り当日にも各種イベントを実施し、各会場への回遊を図りました。



童画館通り会場の様子



イルフプラザ会場の様子



いとまち会場の様子



AOHSによるフェイスペイント

自己評価

童画館通り商業会、イルフプラザ店舗会、いとまち商業会、レイクウオーク岡谷の4つの商業会が連携した企画により、中心市街地全域の賑わい創出を行うことができた。各商業会においてもカラオケやダンスなど、既存の企画にとらわれない新たな挑戦を行った。

②情報発信の強化

放送回数/出演者実績2/27現在

●基本戦略1－重点施策1 ○基本戦略2－重点施策6

(1)LCV-FMを活用した情報発信

毎週金曜日正午～15分程度、イルフプラザ1階LCVFMサテライトスタジオから個店の魅力発信や、中心市街地の活性化に向けたイベント等のPR、新規創業者、商店主などを招いて生放送を実施。

ラジオ放送の様子を、LCV内のテレビ番組で放送していることから、出演者が実際に販売している商品等をスタジオに持込み、ラジオ放送に併せ、映像による情報発信も実施しました。

【放送回数48回、出演者数76人（2/27現在）】



9/12明治学院大学田原ゼミ



10/3 岡谷市地域おこし協力隊



11/21 中央東線開業120周年記念イベント



2/13 Choi TABI SELECT OKAYA

自己
評価

商店街関係者やイベント主催者など、岡谷で活躍する方を招き、鮮度の高い情報を発信することができた。



岡谷市商業連合会

Okaya Federation of Commerce

②③商業会等に参加する店舗を対象とした販売促進事業

ドリーム

お買い物するなら岡谷！おかや初夢スクラッチ

商店街や地元商店の利用促進、お客様への感謝・還元を目的に、初売りなど繁忙期である1月中に多くのスクラッチカードを配布し、閑散期である2月に消費喚起を促しました。すぐに結果の分かるスクラッチカード形式とすることで、お客様の期待感や高揚感を高めるほか、当たり券の利用率向上を図りました。

配布総数：15万枚

配布期間：令和8年1月5日(月)～令和8年2月2日(月)

配布方法：参加店で買物をした人を対象に1,000円毎に1枚を配布

当選賞品：1等：現金1万円×10本

2等：配布店で利用できる商品券500円×600本

3等：配布店で利用できる商品券100円×15,000本

Wチャンス賞：現金3,000円×50本（ハズレ券10枚1口 応募箱投函で応募）

・・・●基本戦略3－重点施策9

「お買い物するなら岡谷」
おかや、初夢 スクラッチ
ドリーム
1等は1万円が当たる！
お買い物をして「スクラッチ」をゲットしよう！
1等 現金1万円×10本
2等 配布店で利用できる商品券500円×600本
3等 配布店で利用できる商品券100円×15,000本
Wチャンス賞 現金3,000円×50本
Wチャンス賞10枚をとりまとめたうえ商工会議所及びイルプラザ1階の応募箱に投函してください。(令和8年3月2日締切)当選者にはハガキにて通知をお送りします。
配布期間 令和8年1月5日(月)～令和8年2月2日(月)
当せん金受渡し及び商品券の有効期限：令和8年1月5日～令和8年3月2日
主催 岡谷市商業連合会 共催 岡谷商工会議所
問合せ 岡谷市商業連合会 TEL.0266-23-2345 (岡谷商工会議所内)

自己
評価

売上が増加しやすい年末年始にスクラッチカードを配布し、売上が減少しやすい2月に現金や商品券を配布することで、消費喚起を促した。また、下位賞を多く設定することで幅広く消費を促すことができた。

○ 専門家による商店街及び個店魅力向上に向けた研修会

・・・●基本戦略3－重点施策8

岡谷市童画館通り商店街協同組合講演会（共催：岡谷商工会議所、後援：岡谷市商業連合会）

講師に岡谷市まちづくり整備課が主導する「プレイスビジョンワークショップ」にてファシリテーターを務め、「岡谷駅周辺まちの将来ビジョン」及び「岡谷まちなか空間活用のススメ」の策定にも携わっている、一般社団法人ソトノバの小原氏を招き、現在までのワークショップやビジョン策定に向けた動きについて説明が行われました。童画館通りを含む、今後の岡谷市のまちづくりについて理解を深める機会となりました。

開催日：令和8年2月18日（水）
講師：小原 拓磨氏（一般社団法人ソトノバ）
参加者：約30名



自己評価 「岡谷駅周辺まちの将来ビジョン」及び「岡谷まちなか空間活用のススメ」については今後の岡谷市のまちづくりを推進していく指針であるため、商店街関係者を含む様々な属性の人に共有するよい機会となった。